

3. А.Н.Ланьков. <http://tttkkk.livejournal.com/233309.html#cutid1>
4. http://russian.visitkorea.or.kr/rus/CU/CU_RU_4_10_3_17.jsp

Муслимова А.А.,
г. Екатеринбург

ПОНЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ И ЗАКОНЫ, УСИЛИВАЮЩИЕ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

«Термин «коммуникация» в его нынешнем понимании закрепился в словаре политической науки относительно недавно. По-видимому, одним из первых непосредственных употреблений этого понятия в политологическом контексте является относящееся к началу XX в. высказывание Ф. Ратцеля о том, что «передача информации в политическом отношении является самой важной из всех коммуникационных услуг». [1]

С тех времен ничего не изменилось, эта тема всегда была важна и интересна для изучения, но с развитием и усовершенствованием общества становится все более и более актуальной.

Неудивительно, что политическая коммуникация, взаимодействие различных субъектов политики дает политической системе максимально эффективно функционировать. Чем качественнее коммуникация, тем успешнее будут осуществляться процессы в политике. Коммуникация в широком смысле слова, как передача смысла путем жестов, речи, изображений, символьных форм развивалась и существовала еще с древности и была неразрывно связана и зависела от самого общества. Относительно истории в традиционных государствах, что касается связи и взаимодействия народа и носителя власти, использовались посланники (гонцы, курьеры), которые доносили различные сообщения, воспроизводя их устно или письменно. Фараоны, короли, цари, князья, выступая перед своим народом,

четко отдавали себе отчет в том, что успех зависит от выступления, от умения и возможности четко, ясно и структурировано донести информацию. К публичным выступлениям тщательно готовились, специалисты работали над речью, а коммуникатор старался преуспеть в ораторском искусстве. В будущем появились различные формы информационного воздействия, находящие что-то общее с современной пропагандой, агитацией, рекламой, пиаром и «промывкой мозгов». Изобретения, распространенные в XIX — XX вв. например телеграф и телефон, радио и телевидение не только удовлетворило обострившиеся коммуникативные потребности государств, но и произвело настоящую революцию в политике.

Профессор Массачусетского технологического института Л. Пай подчеркивал: «Политическая коммуникация подразумевает не одностороннюю направленность сигналов от элит к массе, а весь диапазон неформальных коммуникационных процессов в обществе, которые оказывают самое разное влияние на политику. Политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся методов политической коммуникации» [2]

Л.Пай обращает особое внимание на двустороннюю направленность информации. От политической элиты к массе и наоборот, вполне понятно, что система может эффективно функционировать тогда и только тогда, когда на все действия и заявления власти народ может отреагировать, когда существует, а кроме того качественно налажена, обратная связь. Когда реакция на те или иные действия находит отклик среди населения, и до элиты доносят мнение массы по определенным вопросам, одобрение и осуждение, какие-либо предложения, а так же претензии. Демократическая власть должна ценить и чутко реагировать на эти сигналы, это дает системе осознавать свои минусы и недоработки, а так же быстро их исправлять. Важно здесь и то, чтобы массы не были инертными и аполитичными, а власть готова была пойти на диалог, признавая свои промахи и

неэффективность государственного регулирования отношений в какой либо сфере.

Точку зрения Л. Пая поддерживает и А.И. Соловьев, делая акцент на социальности политической коммуникации, в качестве критерия которой «выступает “ответ” реципиента, т.е. появление “вторичной информации”, вызванной к жизни посланием коммуникатора и устанавливающей осмысленный контакт между ним и реципиентом» [3]

В работах зарубежных авторов обычно выделяются три основных способа политической коммуникации: коммуникация с помощью средств массовой информации, в том числе печатных (пресса, книги, афиши) и электронных (радио, телевидение и т.д.); коммуникация с помощью организаций, в частности, политических партий, которые служат связующим звеном между управляющими и управляемыми, и групп давления; коммуникация с помощью неформальных контактов [4]

Однако к числу этих способов можно также отнести и особые коммуникативные ситуации или действия – выборы, референдумы и т.п.

Итак, СМИ являются важнейшим инструментом реализации политических стратегий на информационном рынке. Особенность СМИ состоит в том, что они обладают способностью прямо обратиться к общественности, минуя такие традиционные институты, как церковь, школа, семья, политические партии и организации и т. д. Это максимально приближенный к массе канал, власть которого признается и не опровергается, с помощью электронных изданий можно повлиять на молодежь в различных политических вопросах. А телевидение и печатные издания и радио дают возможность представителям среднего и старшего возраста узнать о каких-либо событиях политической жизни, донести идею, выгодную данному политику, партии, государству.

Политические партии играют важную роль в политической коммуникации. У каждой партии есть определенная категория людей, поддерживающих ее идеологию и разделяющих ее ценности. Партия имеет возможность вести конструктивный диалог с властью, выдвигая требования народа, а так же доносить до масс ответ государства на эти требования.

Неформальные контакты играют не последнюю роль и так же важны в политической коммуникации. Когда коммуникатор доносит мысль, идею, какую либо информацию до реципиента, и тот, воспринимает ее наиболее полно и структурировано, доверяя авторитету и подкованности собеседника. Этот способ коммуникации через личные связи важен в примитивных, или традиционалистских, обществах. Но он сохраняет значение и в развитых обществах, даже в условиях расцвета средств массовой информации.

Так же не стоит забывать, что политическая коммуникация является не только взаимосвязью между элитой и массой, функциональным элементом политической системы общества, обеспечивающий взаимосвязь между другими ее компонентами, но и средством борьбы и достижения власти. Способ правильно донести мысль о том, что именно этот политик подходит для этой должности, он обладает набором необходимых качеств, умений, навыков, нужным складом характера, а так же моральными ценностями, всё это позволит быть лучшим кандидатом. Искусство самопрезентации столь важное и необходимое политикам различного уровня и сферы интересов тоже относится к системе политической коммуникации.

Коммуникация имеет свои законы, использование которых может усилить ее эффективность.

Р. Якобсон, П. Лазарсфельд, Г. Лассуэлл выделили несколько важных факторов, которые нужно учитывать. Важно, каким образом подается информация, и кем она подается. Личность комментатора играет огромную роль, и требует от него необходимые качества и умения, чтобы она была

воспринята наиболее эффективно. Та информация, которая подается, уже имеет ценностные акценты, так как она прокомментирована. Информация имеет возможность искажаться, между источником информации и аудиторией возможны «шумы», невольно можно исказить информацию, например, случайно произнести не достаточно понятный термин, или подменить одно понятие другим, даже мимика коммуникатора может повлиять на то, как будет воспринята эта информация. Так же не исключены погрешности восприятия, когда аудитория, конкретный человек, понимает только ту часть сообщения, которая вызывает у него наибольший интерес, игнорируя основную часть сообщения, упуская связь, логическую цепь, обоснования позиции и т.п. Контекст сообщения тоже влияет на аудиторию, сообщения с негативной направленностью, пользуясь приемами рекламы и пиара можно подать так, чтобы вызывать минимально агрессивную и отталкивающую реакцию.

Подводя итог можно сказать, что учитывая правила коммуникации можно манипулировать сознанием масс. Как мы видим важность коммуникаций в политической сфере трудно переоценить. Государство, власть и властные отношения, составляющие осевой стержень политической сферы, — все пронизано системами стратегических коммуникаций.

Литература

1. Цыганков П.А., Международные процессы в условиях глобализации: проблема эффективной коммуникации // Вестник Московского университета. – Сер. 18: Социология и политология. – 1999. – № 4. – С. 56–65
2. Pye L., Political Communication // The Blackwell Encyclopaedia of Political Institutions. Oxford – New York, 1987. P. 442
3. Соловьев А.И., Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–18

4. Шварценберг Р.-Ж., Политическая социология: В 3 ч. – Ч. 1. – М.: Российская академия управления, 1992, с.180

Сахарчук А.С.,
г. Екатеринбург

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМОЙ НА ПРИМЕРЕ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО РЕЖИМА

Относительно демократического режима, как одного из способов управления политическими системами, говорят много. Но, как всегда в подобных случаях, единого мнения не существует. Однако отсутствие единой позиции при исследовании чего бы то ни было, говорит о высокой актуальности рассматриваемой проблемы.

В своей работе я постараюсь рассмотреть демократический режим как способ управления политическими системами. Для начала стоит уточнить некоторые базовые положения, относительно того, как я буду понимать систему, политическую систему, а также демократический режим.

Прежде всего, стоит оговориться, что я буду понимать под политикой. Макс Вебер, например, говорил что она «имеет чрезвычайно широкий смысл и охватывает все виды деятельности по самостоятельному руководству». [х] Вслед за ним, я буду понимать политику, как определённую последовательность действий, осуществляемую для достижения поставленной цели. Так политика государства, как определённой формы общественного объединения, будет заключаться в удовлетворении потребностей общества.

Теперь перейдём к политической системе. Американский политолог Г. Алмонд рассматривал политическую систему как «множество